重点課題1

お客様第一に安全・安心で健康に貢献する高品質な商品・サービスの提供

サントリーグループが提供する商品・サービスは、日頃から多くのお客様にご利用いただいています。
また、事業領域の拡大とグローバル化が加速する中、“安全・安心で健康に貢献する高品質な商品・サービスを提供する責任”は一層重みを増しています。
サントリーグループは、品質方針「All for the Quality」のもと、「サントリーグループ品質保証規定」を設けて、商品・サービスの企画・開発から水や農産物、包材などの原材料調達、製造、流通、販売・サービスに至るすべてのプロセスで品質の維持・向上に取り組んでいます。
さらに、常にお客様視点での品質保証を心掛け、「飲用時・飲食時品質※の向上」をキーワードにVOC（Voice of Customer：お客様の声を経営施策に反映する活動）に積極的に取り組んでいます。
サントリーグループは、これからも世界各地のお客様との対話をもとに、高品質な商品・サービスの提供を通じて、お客様に新しい感動や喜びを提供していきます。

※商品開発の段階で目指した美味しさや香り、容器の使いやすさなどを、お客様自身が商品の飲食時・使用時に実感できる品質レベル。

重点項目	中期目標	2013年度の実績	2014年度アクションプラン
お客様視点に基づく品質保証	お客様からのより一層の信頼向上	• お客様の声の解析などを通じて品質課題を継続的に抽出 • 課題の早期解決に向けた活動の推進（ビールサーバー洗浄方法の研修など） • 新規分野に対応した品質保証体系を構築 • 国内の高品質ぶどうの持続可能な調達のしくみを整備 • 工場内の品質保証体制強化	• 品質課題の継続的な抽出と課題解決 • 新規分野の品質保証体制強化に向けた活動の推進 • 高品質ぶどうの持続可能な調達活動を推進 • フードディフェンス活動の強化 • 小学校への品質に関する出前授業を実施
	グループ全体の品質保証体制強化とシナジー発揮	• 「サントリーグループ品質保証規定」の制定 • 外食グループ会社のアレルギートラブル撲滅活動推進	• 外食グループにおける新食品表示法、食品衛生法への対応を完了
		• 海外グループ会社と連携した新たなグローバル品質保証モデルの構築、シナジー創出（水の安全性評価体制の整備など）	• 海外グループ会社における水の安全性評価の強化 • 海外グループ会社の取り組みをふまえた「サントリーグループ品質マネジメント規程」の強化
お客様とのコミュニケーション	お客様の声をこれまで以上に広く深く聞くことによるお客様との関係性の深化	• お客様センターにおけるクレドの導入と研修の充実によるコミュニケーション力の強化 • お客様の情報収集や課題解決のニーズに応えるWebサイトの拡充（Q＆Aの充実・スマートフォン対応など） • 海外グループ会社におけるSNSやブログ上のお客様の声の把握	• お客様センタークレドの浸透・徹底 • 電話・メールで寄せられるお客様の声とソーシャルリスニングを総合的に活用したグループ全体でのお客様の声の分析と活用 • 多様化するお客様のニーズの積極的な把握による、より役立つ情報の開示・発信
お客様の声の企業活動への反映	お客様の声を商品・サービスに活かすしくみの拡充と国内外全グループへの浸透	• 国内グループ会社12社参加の連絡会議の継続開催と内容充実 • お客様の声に基づくアセスメント活動の推進と研究開発部門とのお客様の声の共有開始	• 研究・開発段階からのお客様の声を活かした課題解決の実現

グループ品質保証の推進

海外を含めたサントリーグループ全体で、品質保証の徹底に向けたしくみの構築・強化に取り組んでいます。

すべてのプロセスにおけるお客様視点の品質保証

「サントリーグループ品質方針」のもと、商品企画・開発、原材料調達、製造、流通、販売・サービスに至るすべてのプロセスで、品質保証を徹底しています。

適切でわかりやすい情報開示

お客様に安心・信頼していただくために、品質保証に関する情報や活動を適切にわかりやすくお伝えしていきます。

お客様コミュニケーション

創業以来、お客様満足を第一に対話を重ね、ご意見やご要望を企業活動に反映しています。

健康で豊かな生活への取り組み

お客様の健康で豊かな生活に貢献するため、さまざまな商品・サービスを提供しています。

関連リンク

- サントリーの安全・安心への取り組み

グループ品質保証の推進

海外を含めたサントリーグループ全体で、品質保証の徹底に向けたしくみの構築・強化に取り組んでいます。

お客様第一が品質保証の基本

サントリーグループは創業以来お客様第一の姿勢で、商品・サービスの品質向上を追求し続けてきました。
2004年には、品質に対する姿勢を明文化した「サントリーグループ品質方針」を制定し、お客様の夢と信頼にお応えするために、全従業員が常に品質の維持・向上に取り組んでいます。

サントリーグループ品質方針（2004年制定、2012年1月改定）

「All for the Quality」
わたしたちは、安全で心に響く商品・サービスをお届けし、お客様の夢と信頼に応え続けます。

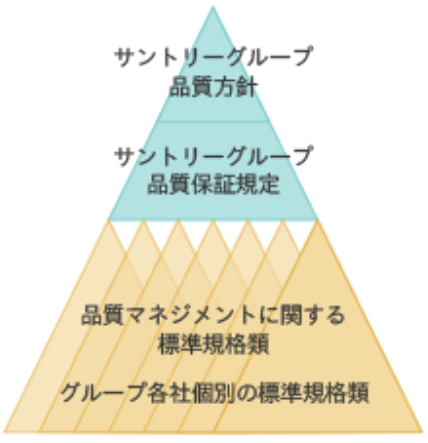
1. サントリーグループの一人一人が、お客様の立場に立って、誠実に商品・サービスをお届けします。
2. お客様に正確で分かりやすい情報をお届けし、お客様の声に真摯に耳を傾け、商品・サービスに活かします。
3. 法令を遵守します。
4. 商品・サービスの安全性を徹底します。
5. 国際標準を活用し、よりよい品質の追求を続けます。

グループ品質マネジメントシステム（QMS※）体系

サントリーグループは、自らのグローバル展開の加速にともない、2013年にグループガバナンスを目的として品質マネジメントシステム体系を再整備。「サントリーグループ品質方針」のもと、商品・サービスの品質に関する規定化・標準化を図るため、「サントリーグループ品質保証規定」を制定するとともに、「サントリーグループ品質マネジメント規程」を改定しました。
今後も、海外グループ会社の状況に合わせて品質マネジメントシステム体系の内容を充足させていくとともに、国内外のグループ各社への周知を継続して進めていきます。

※QMS：Quality Management System

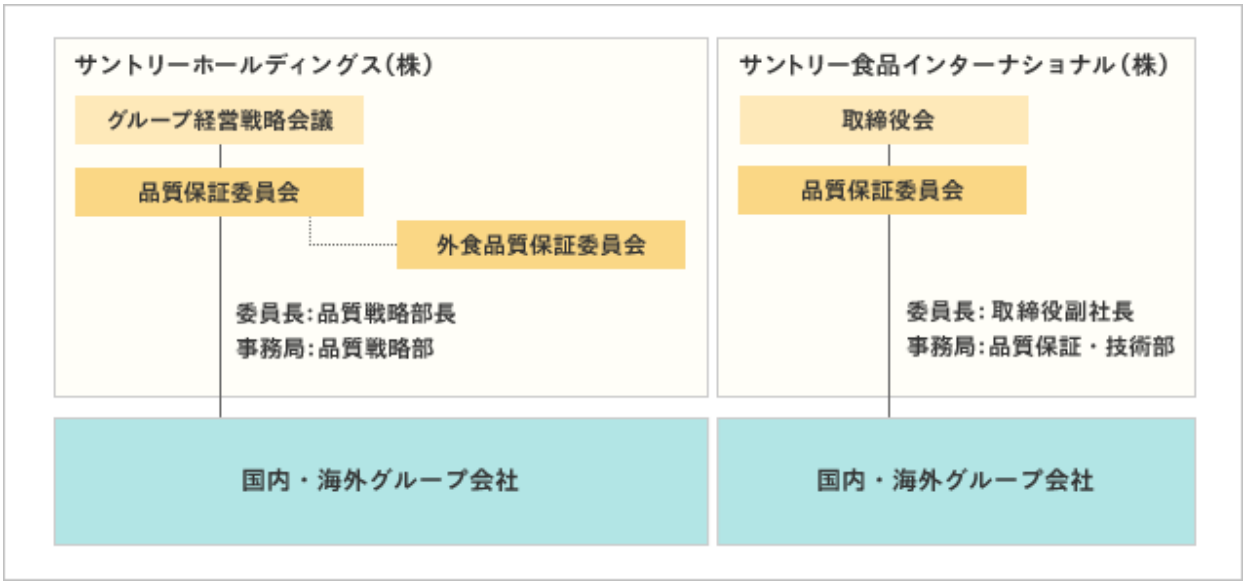
■サントリーグループのQMS体系



グループ全体の品質保証を推進

グループ全体の品質保証活動を推進するために、「品質保証委員会」を設置し、品質に関する重大リスクの抽出とその低減を図るとともに、品質に関する重要戦略課題に取り組んでいます。委員会での討議内容は「グループ経営戦略会議」に適宜報告し、グループの経営課題として共有しています。
こうした品質保証体制の中心的役割を担っているのは、サントリーホールディングス(株)品質戦略部とサントリービジネスエキスパート(株)品質保証本部です。いずれも「お客様視点の品質保証」を基本に、お客様の声に真摯に耳を傾け、品質・サービスの改善につなげています。品質戦略部は、サントリーグループが目指していく「品質のあるべき姿」を示し、グループ各社を統括管理する役割を担い、品質保証本部は、各部署の日常の品質保証活動を推進・サポートする役割を担っています。

■グループ品質保証推進体制



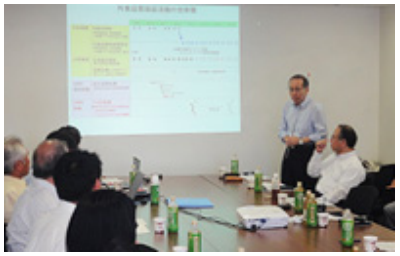
外食関連グループ会社における品質保証活動の強化

サントリーグループは、品質保証委員会の下に「外食品質保証委員会」を設置し、外食関連グループ会社7社で、飲用時・飲食時品質の向上ならびに重大トラブルの未然防止の取り組みや、発生した品質トラブルとその再発防止の取り組みを共有しています。
2013年は、「アレルギートラブルの撲滅」を重要品質課題と定め、お客様にわかりやすくお伝えするための情報発信方法など、外食各社の業態に合わせたさまざまな施策を推進しました。今後も、各社の活動を推進するとともに、各社間の連携とシナジー発揮を図り、外食会社における品質トラブルの徹底排除を目指していきます。

2013年の重点取り組み

品質戦略部長による品質監査

サントリーグループは、グループ会社の品質マネジメントシステム強化のために品質戦略部長による監査を実施しています。この監査は、国際標準の考え方に基づいて監査の基準を明確にするとともに、グループ各社の品質マネジメント状況を評価し、各社の課題と強みを明確にして、グループ全体の品質保証力を向上させることを目的としています。
2013年は、国内5社と海外2社を対象として監査を実施。各社における品質マネジメント体制(組織と品質責任者、レポーティングルート、お客様の声からの品質向上体制、従業員教育など)の把握と今後の課題設定を行いました。
今後も、監査方法(監査基準や監査内容)のさらなる改善を進めることによって、グループ各社およびグループ全体の品質マネジメント力と品質保証レベルの向上に取り組んでいきます。


井筒まい泉(株)との会議

フルコア ウィリー工場の視察

グループ全体の潜在リスクの抽出と低減

法令違反や身体異常などの重大なクライシスにつながるリスクを中心に、潜在的なリスクを徹底して抽出・低減する活動を継続・推進しています。2006年より、生産研究部門の経営層をはじめとする関連部門の責任者が一堂に会する「週例リスク検討会」を週1回開催し、直近の一週間に把握した品質リスクをタイムリーに共有して対応策を論議するとともに、潜在的なリスク要因の変化を定量的に捉える指標（潜在リスク指標）のモニタリングを実施しています。

2013年の重点取り組み

海外における品質保証の強化

サントリーグループのビジネス領域がさらにグローバルに拡大していくなか、2013年も海外の品質保証強化に重点的に取り組みました。

●サントリーブランド輸出時の品質保証ルールの策定

サントリーグループのグローバル展開の現状に鑑み、国内で製造し、海外に輸出するサントリーブランドに関する品質保証ルールを2013年に策定しました。これによって品質保証項目と各部門の役割が明確になり、輸出製品の品質保証を強化することができました。今後も継続して、この品質保証ルールの周知・徹底に取り組んでいきます。

●海外用水品質保証の強化

2013年に、水の安全性確保に関する品質マネジメントガイドラインと、その運用ルールを策定することで、海外グループ会社での飲料・酒類製造用水の品質保証を徹底するしくみを構築しました。今後、この運用ルールを浸透させることによって、国内・海外ともに、さらなる用水品質保証の強化に取り組んでいきます。

関連リンク

サントリーの安全・安心への取り組み

すべてのプロセスにおけるお客様視点の品質保証

「サントリーグループ品質方針」のもと、商品企画・開発、原材料調達、製造、流通、販売・サービスに至るすべてのプロセスで、全従業員が常に品質の確保・向上に取り組んでいます。

■各プロセスにおける主な品質保証活動

- 「分析科学」「微生物保証」「生物安全」という3つの視点で製造・販売する原料・商品などのリスク評価および安全性に関する分析・検査
- 原材料から製造・流通工程に至る履歴を追跡できるようQRコードなどを用いたトレーサビリティシステムを活用

科学的評価（試験・分析）

トレーサビリティ

商品企画・開発

- 科学的な研究・調査、分析・試験による「安全性」「法規適合性」の確認

研究開発

調達

水

- 定期的な分析・検査
- 新たな水源の開発
- 国内外の水質の研究

安全性科学センターでの水の定期検査

原料

- サプライヤーの評価・選定
- サプライヤーの品質監査

容器包装

- 構成材料の法規適合性評価
- 新しい容器の開発
- 性能・安全性評価

生産地訪問（アメリカ・フロリダ州）

製造

- ISO9001認証、HACCP（総合衛生管理製造過程）承認、FSSC22000認証の取得
- 「TPM（Total Productive Maintenance：全員参加の生産保全）」の導入
- 容器や中味への異物混入、容器の傷、中味漏れなどのチェック
- 入退室管理やカメラの設置などのフードディフェンス力強化
- 専門チームによる安全性や機能性などの審査
- 景品制作会社との連携による景品製造工場の視察

商品の外観チェック

景品

商品につけた景品の例

お届け

輸送

- 物流会社への品質に関する啓発活動
- 商品保管倉庫の設備・温度・安全衛生面のチェック

飲用

- 飲食店の店内の衛生管理や品質管理のサポート
- 樽生ビール取扱店などを対象にしたドラフトセミナー

ドラフトセミナー

各プロセスにおける取り組みの詳細は、「安全・安心への取り組み」をご覧ください。

2013年のトピックス

【原料】高品質なワイン用ぶどうの安定的な調達に向けた取り組み

近年、国内のぶどう栽培農家の高齢化や後継者不足によって、ワイン原料調達の安定化が課題となっています。そこでサントリーワインインターナショナル(株)は、2013年5月から山形県長井市と西置賜郡白鷹町で、生産者の方々とのコラボレーションによって新たなワイン用ぶどうの栽培を開始しました。
栽培の開始にあたっては、行政機関と連携して、地域の農業事情や土壌、気象データを分析し、「高品質なぶどう」ができることを科学的に評価。耕作放棄地だったところを地域の皆さんと一緒に整備しました。
今後も、生産者の方々と協力して、安全で安心で高品質なぶどうの収穫を目指し、日本ワインの一層の品質向上にチャレンジしていきます。

山形県西置賜郡白鷹町のぶどう畑

定植されたぶどうの苗木

【容器包装】マイボトルドリンク「drop(ドロップ)」のユーザビリティ評価

サントリー食品インターナショナル(株)は、魔法びんのパイオニアとして知られるサーモス株式会社と共同で、まったく新しい飲料のスタイルである「マイボトルdrop(ドロップ)」を開発しました。これは専用のフレーバーとボトルを使って、ホットでもコールドでも、おいしい飲み物が長い時間味わえるというもの。「茶」「コーヒー」「果汁」をベースに12種類のフレーバーを用意しています。
この商品の開発にあたっては、安全性に加え、お客様にお使いいただく際の利便性を向上させるため、関連部署間で詳細なユーザビリティ評価を実施。さらに取扱説明書やWebサイトを使いムービーで紹介するなど、安全で、使いやすい商品にする工夫を施しました。

マイボトルドリンク「drop(ドロップ)」

ステークホルダー・ダイアログ

サントリーグループの品質保証体制

品質保証の現場をご覧いただいた上で、さまざまなご意見をいただきました。

サントリーグループは、品質保証体制の継続的な改善・強化に向けて、客観的な視点からのご意見をいただくため、この分野で高い見識をもつ高岡美佳氏をお招きして、意見交換を行いました。
まずは、商品開発センターにある品質保証の現場を見学いただきました。各担当者からそれぞれの取り組みについて説明し、高岡氏から「ここまで徹底して取り組まれているんですね」と高い評価をいただきました。
その後、「すべてのプロセスにおけるお客様視点の品質保証」「拡大するビジネス領域に対応した品質保証」の2テーマについて、ダイアログを行いました。そこでは、消費者の「声」を起点とした品質向上の取り組みや、地域や業務領域の広がりへの対応について評価いただく一方で、消費者の共感を得やすい情報発信のあり方や、高齢化をはじめとした社会環境の変化への対応などについて、貴重なご意見をいただきました。
今回のダイアログを通じていただいたご意見・ご指摘は、今後のよりよい品質保証体制づくりに活かしていきます。

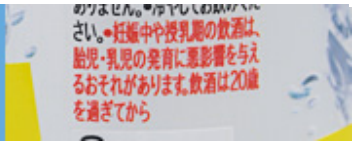
さらに詳細は「社会との対話」でご覧頂けます

立教大学 経営学部 教授
高岡美佳氏

関連リンク

- サントリーの安全・安心への取り組み

適切でわかりやすい情報開示



サントリーグループが提供する商品やサービスについてお客様に安心・信頼していただくためには、品質保証に関する情報や活動を適切にわかりやすくお伝えしていくことが重要であると考えています。

わかりやすい商品表示

商品の表示や宣伝・広告表現については、品質保証本部の中にある品質保証推進部が遵法性・妥当性を審査・確認するほか、開発・生産・広報・宣伝などの各部門と連携し、正確な表示とわかりやすい表現を推進しています。
アレルギーについては、原料を調査し、表示の要否を確認しています。食品については「食品衛生法」で表示を義務づけられている7品目だけでなく、表示が推奨されている20品目も商品への表示対象としています。酒類については表示を免除されていますが、ビール類やチューハイなどの低アルコール飲料については自主的に同法を準用し、表示しています。

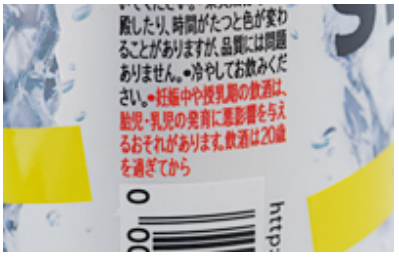
商品への表示例

●誤認飲酒防止のための表示例

チューハイなどの低アルコール飲料をソフトドリンクと間違えて誤飲することがないよう、商品に「酒マーク」を表示しています。そのほか、主要な商品については、缶ぶたに「おさけです」の表示や、点字で「おさけ」の表示を行っています。

●妊産婦飲酒の注意表示例

妊産婦の飲酒について注意を喚起するために、商品に「妊娠中や授乳期の飲酒は、胎児・乳児の発育に悪影響を与えるおそれがあります」と表示しています。



妊産婦飲酒の注意表示

正確でわかりやすい情報開示

お客様に正確でわかりやすい情報をお届けするために、常に適切な情報開示に努めています。
Webサイト「サントリーの安全・安心への取り組み」では、品質に関する取り組みをお客様にご理解いただき、親しんでいただけるよう、さまざまな活動をわかりやすく紹介しています。2013年は、新たなコンテンツとして、ものづくりに携わる「ひと」を紹介する「ものづくりひとがたり」を公開しました。
今後も、お客様の安全・安心に対する信頼性を評価いただけるよう、継続的なレベルアップを図り、企業価値の向上に努めていきます。

Webサイト「サントリーの安全・安心への取り組み」とサイト内コンテンツ「ものづくりひとがたり」

- サントリーの安全・安心への取り組み
- サントリーの放射性物質に対する取り組み
- ものづくりひとがたり

自主回収について

品質保証の徹底に努めながらも問題が発生した場合は、迅速・適切に情報開示を行っています。2013年1月から2014年5月にかけては、新聞への社告掲載を実施した自主回収はありませんでした。

関連リンク

- サントリーの安全・安心への取り組み

お客様コミュニケーション

創業以来、お客様満足を第一に対話を重ね、ご意見やご要望を企業活動に反映しています。

お客様満足を実現するために

サントリーグループは、創業以来、お客様満足を第一に考え、お客様との双方向コミュニケーションを大切にしています。1976年には、お客様からのご相談窓口として消費者室を設置。現在は、サントリービジネスエキスパート(株)お客様リレーション本部として活動しています。お客様の声ひとつひとつに真摯にお応えし、それらを広く企業活動に反映させるよう、取り組みをさらに強化しています。

「お客様満足のための基本方針」と「行動指針」

1999年に「お客様満足のための基本方針」を明文化しました。これは、従業員一人ひとりが、常にお客様へ満足の提供を意識して行動をするための方針です。また、2002年にはお客様からの連絡窓口となるお客様センターの「行動指針」を制定し、その実践をセンター全担当者に徹底しています。

お客様センター

お客様満足のための基本方針(1999年制定)

私たちは、社会のよき一員としての役割を果たすため、さまざまな活動を通じてあらゆるお客様の更なる満足の確保、維持、向上に努めます。お客様とのコミュニケーションを大切にし、お客様に信頼され、喜んでいただける安心・安全な製品、サービス、情報の提供を行うとともに、お客様の声を企業活動に反映させていきます。

お客様センターの行動指針(2002年制定)

1. お客様からのお問い合わせ・ご指摘等に対して、迅速、的確、丁寧に対応してまいります。また、公平、公正であるように努めてまいります。
2. お客様に信頼され、喜んでいただけるさまざまな情報を、お客様に積極的に提供いたします。
3. お客様のご意見・ご要望や社会の求めるものを、社内に適切に反映させてまいります。
4. お客様の権利を保護するため、消費者保護に関する法規および社内の自主基準を遵守いたします。

「お客様対応規定」

サントリーホールディングス(株)とグループ9社※は、基本方針・行動指針を実行するための行動規範として、ISO10002(JIS Q 10002)に則った「お客様対応規定」を制定し、お客様対応に関する積極的な取り組みと責務を明確にしています。この規定は、お問い合わせやご指摘をいただいたお客様の権利を認識し、企業活動に対するお客様満足を維持・向上することを目的としています。今後は、この規定に基づいた詳細な基準・手順を定め、さらなる周知徹底を図っていきます。

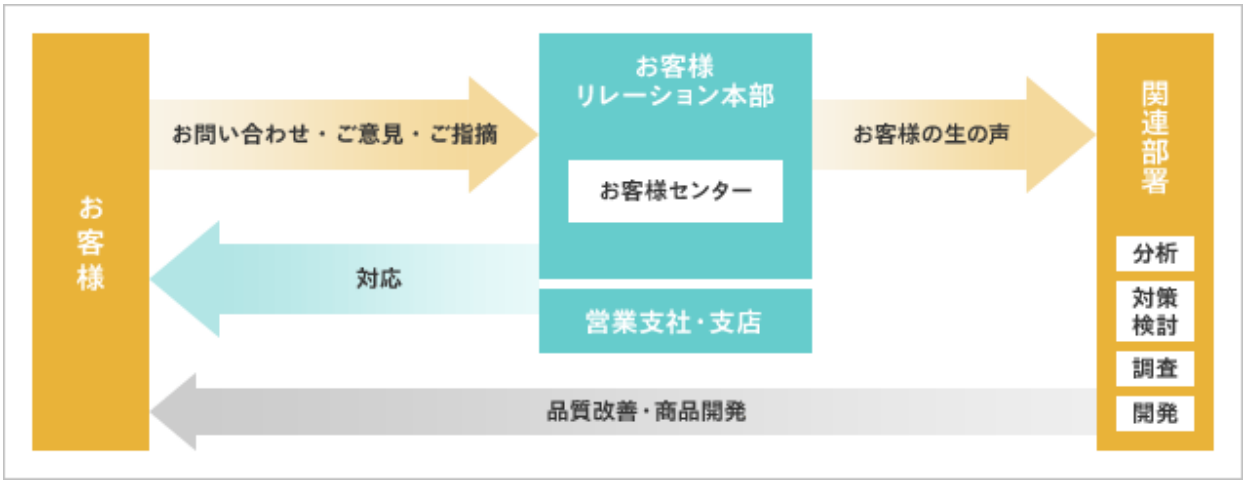
※サントリー食品インターナショナル(株)、サントリーフーズ(株)、サントリープロダクツ(株)、サントリー酒類(株)、サントリービア&スピリッツ(株)、サントリーワインインターナショナル(株)、サントリービジネスエキスパート(株)、サントリーコーポレートビジネス(株)、サンリーブ(株)

お客様の声への対応と共有、そして活用へ

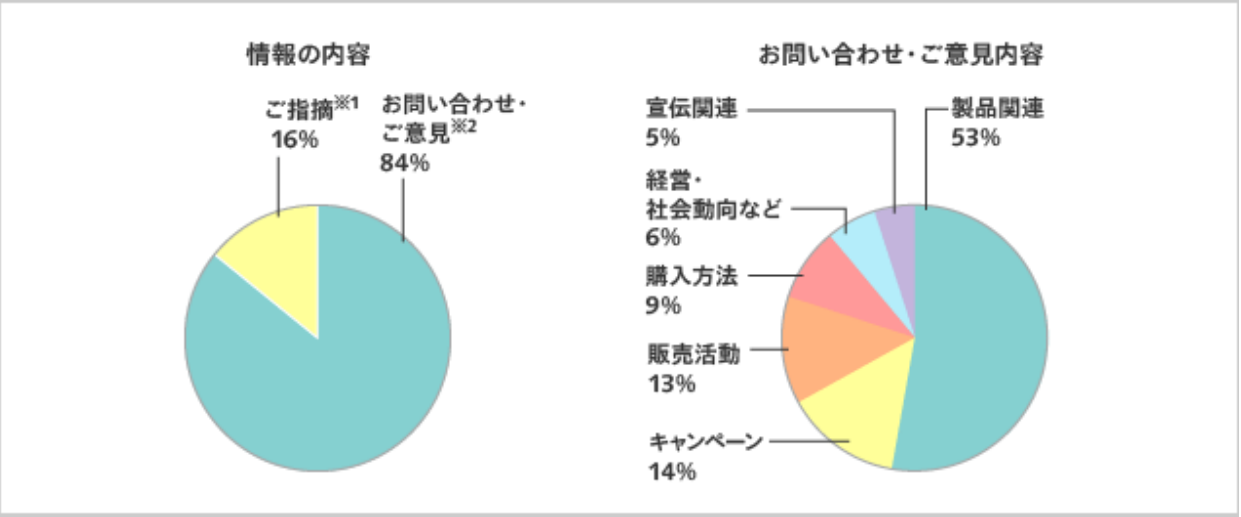
お客様センターでは、ご連絡を受けた時点で、その内容を情報管理の基幹システムである「Neo HarmoniCS※」に入力し、担当部門と連携しながらお問い合わせなどに迅速かつ的確に対応しています。
また、このシステムに対応結果を記録することでお客様からいただいた貴重な情報を全社でリアルタイムに共有し、品質改善や商品開発、リスクマネジメント強化などにつなげています。
さらには、お客様センターに寄せられた声を集約・分析し、商品の品質改善やお客様への対応改善に役立てる取り組みを推進しています。関連する部門ごとに目標を立て、対策を実施し、その成果を検証するというPDCAサイクルにより、継続的な改善を図っています。

※お客様から得た情報を共有・蓄積するためのサントリー独自のデータベースシステム。ハーモニクスという名称は、「Harmony（お客様と響きあう）」と「Customer Satisfaction（お客様満足）」を組み合わせた造語。

■お客様情報の流れ



■お客様からのお問い合わせ・ご意見やご指摘の内容（2013年実績：91,069件）



※1 ご指摘：お客様から商品や企業活動に対して寄せられたご不満、ご不快の声
※2 お問い合わせ・ご意見：上記以外にお客様から寄せられた幅広いご質問やご意見

「声カード」の活用

お客様からのご指摘を受けて対応を完了した案件については、ご指摘いただいたお客様に「声カード」を送付し、お客様の満足度を確認しています。いただいたご意見は、対応者本人に伝えるとともに、イントラネットを通じて全社にフィードバックし、さらなる対応の改善に役立てています。

お客様のご意見を商品づくりに活用

お客様から寄せられたご意見やご要望を取り入れ、品質改善、商品開発、情報提供の充実などを図っています。より安全で使いやすい商品の開発を行うためには、お客様の視点がなによりも大切です。お客様からの声に真摯に耳を傾けることで、すべての人にやさしく親切な商品・サービスの提供を目指しています。
また、商品発売後の改善だけでなく、新しい商品開発時においてもお客様の声を役立てる「アセスメント活動」に注力しています。開発部門に対し、他社商品や他カテゴリー商品に対するお客様の声を提供することで、より幅広い視点での“気づき”を促すとともに、お客様視点での事前チェックなどを実施しています。

「ご意見を商品に活用」した事例

インターネットを活用したコミュニケーション

お客様センターを通じたコミュニケーションに加え、インターネットを活用した、よりスピーディーで幅広いコミュニケーションを推進しています。
お客様センターのホームページは2012年秋に全面刷新し、よくいただくご質問を見やすく表示したり、Q&Aを充実させてキーワード検索の機能も加えるなど、お客様が知りたい情報を探しやすくなるように工夫しました。また、お客様のニーズにお応えし、原材料・栄養成分一覧の掲載を開始しました。引き続き、2013年もスマートフォン向けサイトの開設や、「よくいただくご質問」コーナーの拡充などを行いました。
こちらからの情報開示にとどまらず、お客様からご意見をいただき改善につなげるためのフィードバックフォームを設置するなど、インターネット上でのお客様の声の収集も進め、双方向的なコミュニケーションに努めています。

サントリーホームページお客様センター

パンフレットダウンロード

お客様のご期待に応え続けるために

すべての従業員がお客様の視点で行動する企業風土の醸成を目指す「お客様視点プロジェクト」を継続実施しています。お客様から直接ご意見を伺う機会が少ない部門も含め、全従業員を対象に研修プログラムを準備。「お客様視点気づき講座」と「お客様視点体感プログラム」の2つのプログラムを軸に展開しており、2013年も3,687名が参加しました。

お客様視点気づき講座

お客様センターに寄せられた情報をもとに、具体的事例を紹介・共有するプログラムで、お客様の意識や関心の変化、企業への期待、お客様意識と企業の思い込みのズレなどを取り上げています。例えば商品の表示では、「つくり手側は伝えているつもりでも、お客様の立場で見ると専門用語がわかりにくい」「説明が不十分で伝わっていないことがある」といった事例から、お客様の視点で考えることの大切さと難しさを学びます。2013年プログラムは、84回実施し、3,639名の従業員が参加しました。

お客様視点気づき講座

お客様視点体感プログラム

普段お客様と直接やりとりをする機会が少ない、マーケティング部門や研究開発部門、スタッフ部門などに所属する従業員が対象で、お客様センターでの電話対応を丸1日体験します。お客様の声から真意を読み取ること、解決方法を自ら考え対応することを経験し、お客様の視点を事業活動に的確に反映させることを目的としています。
このプログラムには2005年の開始以降、2013年までの8年間で約280名が参加しました。

お客様視点体感プログラム

関連リンク

お客様センター

健康で豊かな生活への取り組み

お客様の健康で豊かな生活を支援するため、サントリーグループではさまざまな商品・サービスを提供しています。

商品・サービスを通じた健康への貢献

サントリーグループは、健康に留意されるお客様のニーズや嗜好にあった商品・サービスの提供を通じて、お客様の健康で豊かな生活に幅広く貢献しています。
サントリーの研究・開発の歴史は、創業者・鳥井信治郎が唱えた「品質第一」のもと、社長直属の試験所を設置した1919年（大正8年）にさかのぼります。以来、ウイスキーや赤ワイン、ビール、清涼飲料の開発をする上で、その原料である植物が有する「ポリフェノール」に着目し、その有効性についての研究を続けてまいりました。現在の多様な特定保健用食品（トクホ）や健康食品は、このように営々と継続し蓄積されたサントリーの基盤研究がもたらしたものです。
特定保健用食品や健康食品の研究・開発にあたっては、「安全性と有用性の科学的裏づけをもった、人々の健康に役立つ商品・サービスを提供する」という考え方のもと、お客様の健やかな毎日をサポートし、企業理念「人と自然と響きあう」の実現を目指します。

研究に基づく特定保健用食品を開発

「ウーロン茶特有の重合ポリフェノール」に脂肪の吸収を抑える作用があるという研究結果をもとに開発された「黒烏龍茶OTPP」や、血圧が高めの方に適した「胡麻麦茶」、脂肪の吸収を抑える「ペプシスペシャル」や「ボスグリーン」、そして史上初めてケルセチン配糖体の脂肪分解作用を明らかにした「伊右衛門 特茶」など、サントリーはさまざまな効能を持った特定保健用食品（トクホ）を販売しています。多彩なラインアップでお客様の健康に貢献するほか、美味しく飲めることを特に重視し、「健康」と「美味しさ」の両立を追究しています。

「日本人間ドック健診協会」推薦
サントリーのトクホ飲料

セサミンの機能解明から健康食品発売へ

健康によいといわれてきたゴマの機能の解明に挑戦し、ゴマに含まれる微量成分ゴマリグナンの1つ「セサミン」の健康効能を科学的に解明。1993年に健康食品第1号として商品化しました。その後、ビタミンEやトコトリエノール、玄米由来の成分「オリザプラス」との組み合わせによってパワーアップした商品「セサミンEX」を発売しています。
サントリーウエルネス（株）では、そのほかにもさまざまな健康食品を販売しています。

サイエンスに裏づけられたサントリー独自の健康食品

健康に貢献するサントリーの研究開発体制

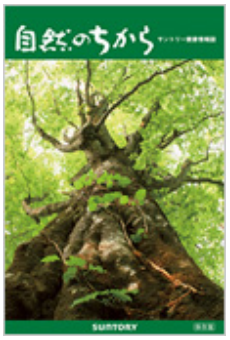
サントリーグループでは、サントリーウエルネス（株）健康科学研究所や、サントリーグローバルイノベーションセンター（株）の研究グループを中心に、健康と美に役立つ素材を探索し、その機能を科学的に解明、さらに商品開発部門と品質保証部門と連携しながら特定保健用食品や健康食品を開発しています。これらの関連部門が横断的に協働・連携しながらさまざまな研究・技術開発に取り組み、グループ全体で新たな価値を創造し、お客様に提案していきます。

お客様とのコミュニケーションを推進

Webサイトや冊子を通じて、お客様にさまざまな情報をお届けしています。

Webサイト「商品情報」サイト内コンテンツ「トクホのススメ」

Webサイト「サントリーグローバルイノベーションセンター」



健康情報を掲載している冊子

関連リンク

- サントリーの研究開発